

ЕФАНОВ А. А.
Высшая школа экономики

СОЦИАЛЬНАЯ СОЛИДАРИЗАЦИЯ РАЗВИТОГО ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: МЕДИАОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД

Аннотация: В статье предлагается медиаориентированный подход к обоснованию конструирования процесса социальной солидаризации. Анализируется кейс, произошедший в Москве в 2019 году, связанный с так называемым «Делом Голунова». Используется комплекс методов: кейс-стади, интент-анализ комментариев пользователей социальных сетей Facebook и «ВКонтакте». Хронологические рамки исследования — июнь 2019 года. Делается вывод, что для развитого гражданского общества характерно формирование консолидированного патриотизма как основы коммуникативно-культурной памяти, провозглашающего отстаивание интересов каждого его отдельного актора и подчеркивающего верховенство прав и свобод индивидов.

Ключевые слова: медиа, «Дело Голунова», гражданское общество, социальная солидаризация, патриотизм.

YEFANOV A. A.

SOCIAL SOLIDARITY OF A DEVELOPED CIVIL SOCIETY: MEDIA ORIENTED APPROACH

Abstract: The article proposes a media oriented approach to the developement of the construction of the social solidarity process. The case that took place in Moscow in 2019 related to the so-called "Golunov Case" is analyzed. A set of methods is used: case studies, an intent analysis of the comments of users of the social networks Facebook and VKontakte. Chronological scope of the study: June 2019. It is concluded, that the development of civil society is characterized by the formation of consolidated patriotism as the basis of a communicative and cultural memory, proclaiming an upholding of the interests of each individual actor and emphasizing the supremacy of the rights and freedoms of individuals.

Keywords: media, "Golunov Case", civil society, social solidarity, patriotism.

2019 год войдет в новейшую российскую историю и историю отечественных медиа как время социальной солидаризации — формирование консолидированного патриотизма в развитом гражданском обществе, обусловленное усилением роли коммуникативно-культурной памяти в конструировании идеологических ориентиров. Свидетельством тому можно считать кейс, связанный с репрезентацией так называемого «Дела Голунова». Следует напомнить, что И. Голунов является

специальным корреспондентом сетевого издания «Медуза», автором ряда расследований и громких разоблачений (в частности, о положении похоронного бизнеса в стране, «черных кредиторах», программе реновации в Москве и др.).

6 июня 2019 года его задержали по подозрению в хранении и сбыте наркотиков, а в квартире журналиста были проведены обыски. Как отмечали правозащитники, данные процедуры осуществлялись с грубыми нарушениями и были направлены на достижение единственной цели — «воспрепятствование профессиональной деятельности» И. Голунова.

В то время как основные федеральные телеканалы (Первый канал, «Россия 1», «Россия 24», НТВ и др.) в выпусках своих информационных программ размещали информацию о якобы причастности журналиста к наркобизнесу, другие российские медиа (например, «Дождь», RTVi, «Эхо Москвы», «Новая газета», «Сноб», «Медиазона» и проч.) адресовали свои запросы в Следственный комитет РФ, Генеральную прокуратуру РФ, МВД РФ и ГУ МВД по г. Москве с требованиями разобраться в «Деле Голунова».

А 11 июня 2019 года глава МВД В. Колокольцев заявил о прекращении уголовного преследования в отношении И. Голунова в связи с «недоказанностью вины». Полицейских, участвовавших в задержании, отстранили от службы. Кроме того, президент России В. Путин уволил двоих высокопоставленных представителей силовых структур — главу управления по контролю за оборотом наркотиков ГУ МВД по г. Москве и начальника УВД по ЗАО столицы.

Сам кейс, связанный с репрезентацией «Дела Голунова», представляет особый интерес, поскольку, как было упомянуто выше, демонстрирует высокий уровень социальной солидаризации. С одной стороны, это проявляется в инспирируемой в профессиональном медийном сообществе акции поддержки, когда 10 июня 2019 года сразу три ведущих российских печатных издания («Ведомости», «Коммерсантъ» и РБК) в своих номерах опубликовали на первых полосах одинаковое графическое изображение, позднее ставшее медиамерчем, — хештег #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ как символ индустриальной поддержки и медийной корпорации, слияния я = мы и разделения ответственности [1] (в социальных медиа хештег применялся пользователями более 100 тыс. раз).

С другой стороны, в обществе также наблюдается консолидация. Согласно данным интент-анализа, осуществленного посредством системы «Медialogия», с 6 по 11 июня 2019 года в комментариях пользователей социальных сетей Facebook и «ВКонтакте» превалировала риторика поддержки (68 %): «Мы все теперь — Иван Голунов» (Игорь ***); «Иван, мы вместе! Мы с тобой» (Анна ***); в совокупности с риторикой поиска справедливости (27 %): «Отстоим поправленное имя любой ценой» (Владимир ***); «Докопаться до истины — наша общая задача» (Сергей ***). Кроме того, можно вычленить оценочную риторику относительно современного состояния журналистики в России: «Вот так можно пострадать за правду» (Ольга ***); «Он плачет не из-за себя, а из-за будущего журналистики в нашей стране» (Александр ***); «Свобода слова может стоить очень дорого» (Светлана ***).

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что кейс #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ позволяет заметить продолжающуюся в стране тенденцию, связанную с построением развитого гражданского общества как самоорганизующейся

системы [2; 3]. Для развитого гражданского общества характерно формирование консолидированного патриотизма как основы коммуникативно-культурной памяти, провозглашающего отстаивание интересов каждого его отдельного актора и подчеркивающего верховенство прав и свобод индивидов, тем самым обуславливая процесс социальной солидаризации.

Литература

1. Ефанов А. А. Кейс #ЯМЫИВАНГОЛУНОВ с позиций медиаэтики / А. А. Ефанов // Коммуникативные стратегии информационного общества. — 2019. — С. 384–385.
2. Ефанов А. А. Медиа-репрезентация протестных настроений в зеркале социологии / А. А. Ефанов // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2017. — № 2. — С. 63–67.
3. Ефанов А. А. Политическая идентификация молодежи посредством СМИ / А. А. Ефанов // Коммуникативные среды информационного общества: тренды и традиции. — 2016. — С. 222–225.